

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai hubungan antara sikap terhadap kampanye di media massa dengan partisipasi politik pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia dengan metode penelitian korelasional pada 377 orang mahasiswa sebagai sampel, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Gambaran sikap terhadap kampanye di media massa pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia tergolong pada sikap yang bersifat negatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki kecenderungan memberi respon negatif terhadap kampanye di media massa yang dilakukan oleh para kandidat politik.
2. Gambaran partisipasi politik mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia tergolong rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki kecenderungan untuk tidak melibatkan diri pada kegiatan politik yang sedang berlangsung, dalam hal ini pemberian suara dalam pemilu yang dilakukan oleh mahasiswa tergolong rendah.
3. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara sikap terhadap kampanye di media massa dengan partisipasi politik mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia dengan tingkat korelasi rendah.
Hubungan antara sikap terhadap kampanye di media massa dengan partisipasi politik pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia tidak besar dan tidak saling memberi kontribusi yang efektif. Hal itu dapat disebabkan adanya variabel lain yang memberi pengaruh pada sikap terhadap kampanye di media massa dan partisipasi politik mahasiswa.

B. Rekomendasi

Rekomendasi ditujukan kepada para pelaku politik dan pemilih secara umum, juga untuk penelitian selanjutnya. Rekomendasi untuk masing-masing pihak dipaparkan sebagai berikut.

1. Bagi Pelaku Politik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap terhadap kampanye di media massa dapat menjadi salah satu faktor pembentuk partisipasi politik. Para pemilih akan melakukan partisipasi politik, dalam hal ini memberikan suaranya pada partai atau kandidat yang sesuai dengan persepsi pemberi suara terhadap isu dan program politik, yang dikembangkan dalam kampanye politik pemilihan umum. Oleh karena itu, partai politik atau kandidat yang melakukan kampanye harus dengan cermat mengkaji faktor paling dominan bagi setiap individu atau kelompok. Memahami calon pemberi suara ketika melakukan komunikasi politik.

2. Bagi Pemilih

Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi politik seseorang mendapat pengaruh dari sikap individu itu terhadap kampanye di media massa. Adanya fungsi sosial dan fungsi ekonomi pada media, maka media massa bukanlah suatu entitas yang pasif, yang hanya mendistribusikan pesan, tetapi aktif, selektif, dan kritis. Hal itu terjadi karena media massa sebagai suatu institusi memiliki kepentingan sendiri dan bahkan memiliki pemikiran dan idealisme sendiri secara independen. Oleh karena itu, pemilih harus lebih selektif dalam menerima setiap informasi yang disajikan dalam media massa mengenai isu politik yang sedang berlangsung.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Menjabarkan tentang macam-macam media massa yang digunakan dalam kegiatan kampanye agar penelitian lebih spesifik.

- b. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, namun tidak dilakukan perbandingan mengenai perilaku politik terhadap setiap jenis kelamin. Peneliti selanjutnya bisa mengambil sampel baik perempuan maupun laki-laki dengan menggunakan metode yang lebih lengkap dan tepat untuk mengetahui perbandingan sikap terhadap kampanye di media massa dengan partisipasi politik yang terjadi diantara perbedaan jenis kelamin tersebut.